



Portail d'affaires

Marque de vêtements et accessoires inspirés des cultures d'Amérique Latine

Annonce V65554 mise à jour le 14/03/2023

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique	SAS
Ancienneté de la société	Entre 5 et 10 ans
Localisation du siège	Paris

Résumé général de l'activité

Marque de vêtements et accessoires inspirés des cultures d'Amérique Latine, particulièrement du Pérou et de la Bolivie.

Les produits sont fabriqués à 65% en Europe, puis au Pérou et en Bolivie.

Catégories de produits : chaussures, sacs et mailles.

La société a démarré uniquement en e-shop, puis avec une boutique depuis début 2019 qui représente 20% des ventes.

En plus

La société possède une ou plusieurs **marques** déposées à l'INPI

Éléments chiffrés

Année de référence	2022
Fonds propres	80 k€
Dettes financières	270 k€
Trésorerie nette	50 k€

En k€/année	2020	2021	2022	2023
CA	700	600	650	715
Marge brute				

En k€/année	2020	2021	2022	2023
EBE	40	20	20	45
Rés. Exp.				
Rés. Net				
Salariés	4	4	5	5

Positionnement concurrence

Positionnement par rapport au marché

Mission : Proposer une mode originale, respectueuse des personnes qui la façonnent et de la planète. Le tout en reversant une partie de ses bénéfices en soutien de l'éducation.

Marque avec une réputation éthique bien établie.

Redistribution d'1€ par produit vendu à des associations éducatives Péruviennes et Boliviennes (environ 10 000€ par an). Cela a permis de financer 1 année d'école pour 450 enfants dans les zones pauvres de la région de Cusco et de construire des serres biologiques dans des écoles de la banlieue pauvre de La Paz.

Par rapport aux concurrents, une proportion de vente en ligne plus élevée permettant de meilleures marges et une équipe plus restreinte.

Points forts

- Marque connue sur son secteur : communauté en ligne de 230 000 personnes.
- Entreprise digitale, née en ligne.
- Singularité des produits. Motifs ethniques traditionnels.
- Meilleurs résultats que l'industrie en terme de ROI publicité en ligne. ROAS (return on ad spend) X3,5+ vs autour de X2.
- Lancements en précommande, réduction du BFR. Représente ? des ventes.
- Projet Social fort. Peu de marques ont un impact positif corrélé à leur achat.
- Récurrence : 35% des ventes proviennent de clients existants.
- Relocalisation en Europe de la production des nouveaux projets. Dans le futur, tout sera made in Europe vs concurrents à production délocalisée.
- Verticalité : Maîtrise de l'ensemble de la chaîne de valeur de la création à la distribution.
- Maîtrise de la totalité de l'expérience client.

Points faibles

- Niveau d'endettement / capacité financière.
- Pas de réseau de distribution.

Infos sur la cession

A propos de la cession de cette entreprise

Type de cession envisagée	Minoritaire ou majoritaire
---------------------------	----------------------------

Raison principale de cession	Changement d'activité du dirigeant
Prix de cession	200 k€
L'immobilier est compris dans la cession.	
Prix de l'immobilier uniquement	250 k€

Profil de repreneur recherché

Profil recherché	Personne physique ou morale
Apport en fonds propres minimum pour se positionner sur ce dossier	150 k€